سلسلة
باحثات
B.C.W.S
مركز باحثات لدراسات المرأة
١٨

سلسلة دراسات ميدانية
واستطلاعية (٣)

دراسة استطلاعية

أثر الإعلام على قضايا المرأة

إعداد مركز باحثات لدراسات المرأة

دراسة استطلاعية

أثر الإعلام على قضايا المرأة

إعداد مركز باحثات لدراسات المرأة

ح مركز باحثات لدراسات المرأة ١٤٣٣هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

العبدالكريم ، فؤاد العبد الكريم
المرأة والإعلام (دراسة). / فؤاد عبدالكريم العبدالكريم.
الرياض ١٤٣٣هـ
..ص٤ ..سم
ردمك ٥-٩-٩٠٢٤٠-٦٠٣-٩٧٨

١-المرأة في الإعلام ٢-الاعلام أ.العنوان
ديوي ٣٠١.١٦١ ١٤٣٣/١١١

رقم الإيداع : ١٤٣٣/١١١
ردمك ٥-٩-٩٠٢٤٠-٦٠٣-٩٧٨

بسم الله الرحمن الرحيم

مدخل

شهدت السنوات القليلة الماضية تقدم هائل في وسائل الاتصال و الإعلام المختلفة (١) ، والتي حولت العالم إلى قرية كونية واحدة، لما تتميز به من « التفاعلية ، والجماهيرية والتزامنية، وقابيلة التحرك أو الحركية» (٢) ، كما تميّزت بأنها تخاطب العقل والعاطفة معاً؛ مما يؤهلها موضوعياً لاستقطاب ما عجزت عن استقطابه مؤسسات تربوية وتعليمية مختلفة، مثل الأسرة، والمسجد، والمدرسة. سواء على مستوى الأداء، أو على مستوى القبول واتساع نطاق التصدّي لدى المتلقين والجمهور العام. كما أنها تتميز بالشمولية، حيث أنها تجمع بين ما هو عالمي، وما هو محلي، وبين ما هو شامل، وما هو فردي، وبين ما هو تراث، وما هو حداثة، وكذلك تتميز بالتنافس والتوسع غير المحدود للمعرفة.

١) تشير إحدى الإحصائيات نقلاً عن دراسة إلهام لطيفي«صورة المرأة في الأعلام» صفحة٤١ ، مركز دراسات الأسرة (٣) رابطة الجامعات الإسلامية٢٠٠٦. أن الدول العربية فقط ، تملك نحو ٦٠ قمرا، تنقل آلاف القنوات، يصل عددها٣٤٠٠قناة تلفزيونية، ٨٨٦قناة مفتوحة، منها ١١٦قناة عربية، إلى جانب القنوات المشفرة

٢) حنان فاروق جنيد «ندوة قضايا الشباب المصرى : تحديات الحاضر وآفاق المستقبل» صفحة٣٤ كلية البنات جامعة عين شمس قسم الاجتماع- شعبة الأعلام، ١٦-١٨ أبريل ٢٠٠٥

كما يزيد من شعبيتها ويدعم من أهليتها أيضاً؛ اعتمادها على وسائل جذب تعتبر المرأة هي إحدى تلك الوسائل، من خلال استغلال جسدها من ناحية واعتبارها كسلعة وسيطة لترويج سلع أخرى، أو باعتبارها عقلاً يسهل التأثير عليه للشراء بوجه عام، واستغلال قضاياها الشائكة وشؤونها الخاصة وطرحها على عموم المجتمع من ناحية أخرى، من خلال اكتفاء بعض أوساطها من الإعلاميين خصوصاً، بمجرد التنقيب والحفر والكشف في مطاوي التراب على أمور تحط من قدرها وتنتقص من صلاحيتها، وتضعها في قالب محدد.

هذا الإطار يشكك -بدوره- في قدرتها على الاستجابة لمتطلبات الحياة العصرية، ويحقر من شأنها حتى في نظر أبنائها المنتسبين إليها، وفي رؤيتها لذاتها، وفي رؤية المجتمع لها.

ولقد اتفقت الكثير من الدراسات على الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تشكيل النسَق الثقافي والقيمي السائد في المجتمع، وإعادة ترتيب اتجاهات ومواقف الأفراد وردود أفعالهم تجاه الأحداث والقضايا المختلفة، ورؤيتهم للعالم المحيط بهم.

ويرى «دينيس ماكويل» أن وسائل الإعلام تُعتبر المصدر الرئيسي الذي يَستقى منهُ الجمهور العام المعلومات والأحداث الجارية، بل ويُعد كذلك بمثابة المعين المعتمد في تحديد أجندة اهتماماته الخاصة نحو القضايا المختلفة. (٣)

كما يؤكد «صمويل بيكر» أن الفرد يحصل على قدر هائل من المعلومات والمعارف المختلفة، سواء كانت تلك المعلومات صحيحة أو زائفة وغير حقيقة، وسواء كانت بقصد أو بدون قصد، لتحقق هذه المعلومات هدفين اثنين: توجه فهم الفرد، وتشكيل سلوكه. على اعتبار أنها تساعدنا في اختيار أي الطرق التي علينا أن نسلكها. (٤)

وهنا لابد أن نفرّق بين الوظيفة التنويرية -أو التوعوية- التي تؤديها وسائل الإعلام، وبين الوظيفة التزيفية التي تُكرّس نفسها لتدعم المفاهيم والقضايا والصور النمطية الخاطئة التي تشوّه الواقع ، وتقدم تصور جزئي مغلوط لواقع المرأة السعودية، وتفصل مصلحتها عن مصلحة المجتمع ككل؛ فتُسهم عندئذٍ في تزييف وعي المرأة، وتصرف بذلك النساء عن ذواتهنّ وأدوارهن الحقيقية.

---

٣) حنان فاروق جنيد» قضايا الشباب فى مطلع القرن الحادى والعشرين» ، صفحة ٤٥٢، المجلد الثاني ، المؤتمر السنوي الثامن ، ٢٣-٢٦مايو ٢٠٠٦المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية .

٤) نفس المرجع السابق

وتأثير الإعلام على المرأة السعودية يُعتبر أكثر أهمية وخطورة، على اعتبار أنها التي تتحمل الجزء الأكبر من عملية التنشئة الاجتماعية، وغرس القيم والاتجاهات والمفاهيم التي تتواءم وظروف المجتمع .وفي هذا الإطار، تأتي هذه الدراسة التي تستهدف التعرف على رؤية المرأة السعودية، ومعرفة توجهاتها نحو دور الإعلام وأثره في التصدي لقضاياها، وموقفها من تلك القضايا: هل هي فعلاً تسعى لتحقيقها وتطالب بها؟ هل هي مطالب أغلبية النساء؟ أم أنها مطالب فئوية على حساب الكثرة الكاثرة؟، وذلك من خلال رصد واقع المرأة تحت تأثير الإعلام بكافة وسائله: المرئية، والمسموعة، والمقروءة، والشبكة العنكبوتية. وكذلك ترصد الدراسة القضايا التي يثيرها الإعلام، هادفة إلى الخروج من كل ذلك بنتائج حول الحلول المقترحة لمواجهة هذا التأثير.

أولاً: أهداف الدراسة:

تتناول هذه الدراسة علاقة الزخم الإعلامي وما يحتويه من مفاهيم وقضايا بأفكار المرأة السعودية وتوجهاتها في ضوء ما يحيط بها من دعوة إلى التغيير وفقاً لأجندة الأمم المتحدة، أو بمعنى أصح «الأجندة النسوية الدولية». والقضية التي ستُعنى بها هذه الورقة ، هي معرفة رأي المرأة في القضايا التي يثيرها الإعلام، ورصد التأثير على المرأة من خلال:

١. أثر الإعلام على المرأة من الناحية الاجتماعية .
٢. أثر الإعلام على المرأة من الناحية التربوية .
٣. أثرا الإعلام على المرأة من الناحية الفكرية والأخلاقية .
٤. أثرا الإعلام على المرأة من الناحية الاقتصادية .
٥. حلول مقترحة ، و واقعية لمواجهة أثر الإعلام .

ثانياً: العينة المستهدفة:

تستهدف الدراسة الشرائح التالية:

١. النخب النسائية: الأكاديميات، قيادات مؤسسات المجتمع المدني، عضوية المركز.
٢. فتيات المرحلة الجامعية.

ثالثاً: مكان الدراسة:

تتوزع الدراسة على المناطق التالية:

١. المنطقة الشرقية: الخبر، الدمام، الظهران. (٤٠٠) تمت
٢. المنطقة الوسطى: الرياض، وما حولها. (٤٠٠) لم تتم
٣. المنطقة الغربية: جدة. (٢٠٠) لم تتم

رابعاً: الأهمية النظرية، والتطبيقية:

إن إبراز أهمية الدراسة يتوقف -إلى قدر كبير- على مدى أهمية القضايا التي تثيرها الدراسة على المستويين: المستوى الأكاديمي، و المستوى التطبيقي، من خلال:

١. فهم قضايا المرأة: يرى مركز باحثات أن وجود تصور عام لقضايا المرأة سيسهل عمل المنظمات الحكومية وغير الحكومية، على أساس أن فهم قضايا المرأة ومشكلاتها واحتياجاتها يساعد- منطقيّاً- على معرفة معوقات عملية التنمية والحد منها، كما يساعد على تحقيق قدر مناسب من التنسيق والتكامل بين كافة المنظمات المعنية بالتنمية.

٢. المشاركة بالمعلومات: كما يرى المركز أيضاً، أن المناهج القائمة على المشاركة وتوفير المعلومات تسهّل في صياغة الخطط والاستراتيجيات التي تراعي تحسين وضع المرأة السعودية.
٣. المواطَنة: ويؤكد المركز أيضاً على أن هناك علاقة قائمة بين المواطَنة والتنمية، من خلال تحقيق المساواة في الحقوق والواجبات، وذلك من خلال خلق عدد من القنوات للتعبير الحر عن الرأي، وتخليصها من قيود العادات البالية.
٤. ربط العمل الأكاديمي النظري بالجانب التطبيقي والممارسة، من خلال النهوض بالمرأة السعودية: وهي عبارة عن مبادرة يقوم بها المركز، انطلاقاً من مفهوم خدمة المجتمع من خلال تخصصاته المختلفة، ليؤدي دورهُ ويضع إمكانياته من أجل رقي ونقدم المجتمع السعودي الذي ينهض من خلال تنمية المرأة ومعرفة أولوياتها واحتياجاتها.
٥. ستساعد هذه الورقة البحثية في الكشف عن طبيعة العلاقة بين رؤية المرأة السعودية وأولوياتها، وبين أولويات أجندة الإعلام ، وما بينهما من اتفاق واختلاف وأثر ذلك على المرأة السعودية.
٦. ستساعد أيضا في إيجاد نوع من التقارب المعرفي وإمكانية التعاون المشترك بين المراكز البحثية وبين القائمين بعملية الاتصال، لمساعدتهم في التعرف على رغبات الجمهور العام من النساء، وتقديم اقتراحاتهن لتطوير برامج المرأة، وسيساعد ذلك- بدوره – على تدعيم العلاقة بين المستفيدين وبين العلماء والباحثين الاجتماعيين، وبالتالي ستضيّق الفجوة بين البحث العلمي من جهة والواقع التطبيقي من جهة أخرى.
٧. تساعد تلك الورقة أيضاً في تحديد أولويات العمل في سلم الاحتياجات من خلال التعاون المنظم للمعنيين بقضايا المرأة.
٨. ستساهم أيضاً في معرفة وفهم العالم الحقيقي الواقعي الذي تعيش فيه المرأة السعودية، وستساعد في الكشف عن العالم المزيف الذي يخلقه الإعلام، وهو ما يساعد – بدوره- في معرفة مصادر تزييف الوعي.
٩. ستساعد كذلك في معرفة المصادر والقضايا والمعتقدات التي تساعدهن في تفسير الوقائع والأحداث، وفى معرفة المعايير الموجه للسلوك.
١٠. تعتبر هذه الورقة دراسة استطلاعية مصغرة، تفتح المجال لباحثين آخرين لاستكمال وتوسيع مجال وفئة الدراسة.

خامساً: تاريخ الدراسة:

بدأ الإعداد في تاريخ ١/٨/ ١٤٣١هـ، وتمت في تاريخ ١٤٣١/١١/٢٢هـ

سادساً: الإطار النظري للدراسة:

في إطار التسليم بالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام، ورؤيتنا للمرأة السعودية باعتبارها كيان فاعل، له إرادته في الاختيار والنقد بما يتناسب والمرحلة العمرية والتعليمية التي تمر بها، ونضج تفكيرها، وكذلك الدور الذي تقوم به، وتفاوت قدرة الوسيلة على الإقناع والتأثير ، سيتعين علينا وفقاً لهذا المنطلق، أن نستعين بالمداخل النظرية التالية:

•نظرية الفرس الثقافي:

ولقد تم الاستعانة بها للكشف عن مدى تأثر المرأة السعودية بالقضايا التي تطرحها وسائل الإعلام المختلفة.

•نظرية وضع الأجندة أو الأولويات:

حيث تساعد في دراسة دور وسائل الإعلام في وضع أولويات أجندة أفراد المجتمع، مرتبة وفقاً للأهمية التي حظيت بها كل قضية في وسائل الاتصال، وكذلك أجندة صناع القرار، كما ترى تلك النظرية أن وسائل الإعلام تساعد في تقديم بيئات زائفة لعقول الجماهير ، وكذلك تعمل على تكوين الرأي العام من خلال القضايا التي تهم المجتمع.

سابعاً: الاستبيان:

بعض أسئلة الاستبيان ذات طبيعة مغلقة، والبعض الآخر مفتوح، حيث عمدت الباحثة على ترك التداعي الفكري حتى تتبين الاتجاهات، ثم تأخذ بعد ذلك في تحليلها.

الاستبيان الأول:

استبيان بخصوص أثر الإعلام على المرأة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ، وبعد ..

يعتزم مركز باحثات لدراسات المرأة القيام بدراسة بخصوص أثر الإعلام على المرأة المسلمة، وبناء عليه تم إعداد هذه الاستبانة لإجراء دراسة شاملة عن واقع المرأة تحت تأثير الإعلام بكافة وسائليه المرئية، والمسموعة، والمقروءة، والشبكة العنكبوتية.

وتهدف الدراسة إلى التعرف على :

١. أثر الإعلام على المرأة من الناحية الاجتماعية .
٢. أثر الإعلام على المرأة من الناحية التربوية .
٣. أثرا الإعلام على المرأة من الناحية الفكرية والأخلاقية .
٤. أثرا الإعلام على المرأة من الناحية الاقتصادية .
٥. حلول مقترحة ، و واقعية لمواجهة أثر الإعلام .

ونظراً لأهمية الجانب التطبيقي من الدراسة فإننا نأمل منكم التفضل بالإجابة على الفقرات التالية، بكل مصداقية للوصول إلى النتائج المأمولة من الدراسة، شاكرين لك حسن تعاونك.

المعلومات الشخصية :

١. العمر:

- أقل من ٢٠
- ٢٠ – ٣٠
- ٣١ – ٤٠
- ٤١ – ٦٠

٢. الحالة الاجتماعية:

- عزباء
- متزوجة

٣. هل لديك أولاد؟

- نعم
- لا

٤. المؤهل الدراسي:

- ابتدائي
- متوسط
- ثانوي
- جامعي
- ماجستير
- دكتوراه

الرقم	عناصر الاستبانة	نعم	لا	أحيانا
	أثر الإعلام من الناحية الاجتماعية			
١	تشارك وسائل الإعلام في زعزعة مفهوم القوامة .			
٢	تسهم وسائل الإعلام في حل المشكلات العائلية والاجتماعية .			
٣	يؤثر الإعلام في معايير اختيار الأصدقاء .			
٤	يميع الإعلام بعض النواهي الدينية ، كالعلاقة بين الجنسين.			
٥	يلعب الإعلام الدور الرئيسي للتسويق للحياة الاجتماعية الغربية ، كأنموذج مثالي للحياة .			
٦	للمسلسلات المدبلجة للعربية ، دور في المشكلات العائلية - الزوجية على وجه الخصوص -			
٧	تمثل المسلسلات العربية عامة ، والخليجية على وجه الخصوص : صورة عن الواقع .			
٨	للإعلام دور رئيسي في إقصاء العادات والتقاليد ،و التقليل من قيمتها في المجتمع .			
٩	يضعف الإعلام أهمية إنشاء الأسرة الكبيرة .			
١٠	يقلل الإعلام من أهمية الزواج كأمر حتمي لكل امرأة			
١١	يعمل الإعلام على تضييق نطاق صلة الرحم			
١٢	يبرز الإعلام أهمية مشاركة المرأة في المجتمع على حساب بيتها			

أثر الإعلام من الناحية التربوية				
١	تشارك وسائل الإعلام الوالدين في تربية الأطفال .			
٢	تسهم وسائل الإعلام في توفير الأساليب التربوية الحديثة .			
٣	يؤثر الإعلام في تغيير معايير التربية الإسلامية			
٤	يهوّن الإعلام من أمر بعض النواهي التربوية الدينية ، كعقوق الوالدين .			
٥	يُشجّع الإعلام الزوجة على تبنّي أسلوب " النّديّة " في أمر القرارات الأسرية ، كحق مشروع .			
٦	تساهم أغلب الأفلام المدبلجة للأطفال ، في خلق الشخصية العدائية، تحت مسميات بطولية.			
٧	تغرس أفلام الأطفال المدبلجة ، مفاهيم عقدية مغلوطة في عقلية الطفل .			
٨	يُصدر الإعلام مفهوم الحرية لدى المراهق بشكل مغلوط .			
٩	يُبرز الإعلام نماذج غير سويّة كقدوات للشباب .			
في النواحي الاقتصادية				
١	يؤثر الإعلام على مستوى الاستهلاك الأسري .			
٢	يعمل الإعلام على تقليل فرص الترشيد الاقتصادي .			

٣	الإعلام هو المسئول الأول عن صناعة الشخصية الاستهلاكية .			
٤	الإعلانات التجارية ،لا تهدف إلى تسويق المنتج التجاري فقط ، بل تعمل على تسويق بعض الأفكار أيضاً .			
٥	يتحمل الإعلام مسئولية تصعيد مستوى الاهتمام بالكماليات .			
٦	للإعلام دور في حمّى التسوق لدى المرأة .			
	في النواحي الفكرية و الأخلاقية			
١	للإعلام القدرة على تهميش معايير العفة والفضيلة كمبدأ راسخ .			
٢	للإعلام القدرة على قلب المفهوم العقدي للولاء والبراء			
٣	للحوارات الإعلامية القدرة على الدعوة للأديان الشرقية ، والغربية .			
٤	يلعب الإعلام الدور الرئيسي في التسويق للعلاقات الجنسية المحرمة ، بصورتيها : الطبيعية ، والشاذة .			
٥	للإعلام دور رئيسي في بث روح التيارات الفكرية المختلفة .			
٦	يعمل الإعلام على خلخلة شرعية الحجاب .			
٧	يسوق الإعلام لفكرة الاختلاط كأمر واقع ، ومقبول أخلاقياً			
٨	للإعلام دور فاعل في تجسيد القدوة المتبعة لدى المرأة وفق منظور غير أخلاقي .			

من خلال ثقافتك، وتجربتك ما هي الحلول المقترحة ، الواقعية لمواجهة أثر الإعلام؟

الاستبيان الثاني:

{رأي المرأة في قضاياها التي يثرها الإعلام}

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

المتابع لوسائل الإعلام المسموع والمقروء والمشاهد يجد أنها تركز على قضايا محددة تخص المرأة، ظاهر تلك القضايا أن المرأة في هذه البلاد تطالب بها وتسعى لتحقيقها، والإعلام يتبنى تلك القضايا وينافح عنها.
والسؤال: ما موقف المرأة من تلك القضايا؟ هل هي فعلا تسعى لتحقيقها وتطالب بها؟ هل هي مطالب أغلب النساء؟ أم أنها مطالب فئوية على حساب الكثرة الكاثرة؟
دعنا في هذه الدراسة المختصرة نستطلع رأي المرأة في تلك القضايا التي يثيرها الإعلام.

والله الموفق لما يحبه ويرضاه.

رأي المرأة في قضاياها التي يثيرها الإعلام

معلومات عامة (ضعي علامة صح في المربع المناسب):

طالبة O موظفة O متزوجة O العمر .... سنة

متعلمة O المؤهل: O متوسط O ثانوي O جامعي O فوق الجامعي

رتبي أولويات اهتمامات المرأة بوضع الرقم المناسب حسب الأهمية متدرجا من (١) مهم حتى (٩) أقل أهمية:

قيادة المرأة للسيارة :	O موافقة	O غير موافقة	O موافقة بتحفظ
سفر المرأة بدون محرم:	O موافقة	O غير موافقة	O موافقة بتحفظ
النقاب ليس من الحجاب:	O موافقة	O غير موافقة	O موافقة بتحفظ
المسواة بين الجنسين:	O موافقة	O غير موافقة	O موافقة بتحفظ
تحديد سن الزواج بـ ١٨عاما:	O موافقة	O غير موافقة	O موافقة بتحفظ
جواز الاختلاط:	O موافقة	O غير موافقة	O موافقة بتحفظ
فتح نوادي رياضية للنساء:	O موافقة	O غير موافقة	O موافقة بتحفظ
فتح العلاقات قبل الزواج:	O موافقة	O غير موافقة	O موافقة بتحفظ
قضايا أخرى تخص المرأة يثيرها الإعلام:	O موافقة	O غير موافقة	O موافقة بتحفظ

شاكرين مقدرين لك تفضلك بملأ الحقول أعلاه
مع تحيات مركز باحثات لدراسات المرأة

ثامناً:طريقة عرض النتائج:

كما هو متوقع، جاءت الآراء متقاربة إلى حد كبير لذلك لن يتم تحليل النتائج بنفس ترتيب القضايا المطروحة في الاستبيان، بل سنبدأ من العام إلى الخاص. بمعنى سنبدأ بأثر الإعلام على المرأة السعودية ، وسنستدل على ذلك بالمؤشرات الإحصائية.

عناصر الاستبيان:

- أثر الأعلام من الناحية الاجتماعية، أثر الإعلام من الناحية التربوية، وهكذا...

نتائج الدراسة:

يلعب الإعلام دوراً هاماً ومؤثراً في تشكيل وعي المرأة السعودية، من خلال تعبئة و إثارة اهتمام الجمهور بوجه عام والمرأة السعودية بوجه خاص نحو قضايا بعينها مثل مفهوم القوامة، والندية، والتأثير على مستوى الاستهلاك الأسري، وتهميش معايير العفة والفضيلة، وتغير صورة المرأة المنقبة، وغيرها من القضايا الجدلية والمفتعلة، وفرضها على الرأي العام.

كما أن كل هذا الاهتمام بعيد كل البعد عن واقعها الحقيقي، وبعيد عن أمورها الخاصة، ومشاركتها

الاجتماعية والاقتصادية، وأدوارها الفعالة داخل المجتمع، وبعيد -أيضاً- عن خصوصية وثقافة المجتمع السعودي. كما أنه لا يعد انعكاساً للأحداث الواقعية، بقدر ما يكون انعكاساً لتوجيه وأهداف أصحاب القناة، إلى جانب أن وسائل الإعلام تُشغل الغالبية العظمى من النساء بقضايا مبالغ فيها، وفي أمور تافهة ومثيرة، على حساب القضايا الجوهرية التي تمس المرأة السعودية، كما سيتضح من العرض القادم. مما يقدم رؤية جزئية بعيدة عن الموضوعية لهذه القضايا، ويؤدي إلى تهميش مشكلات أساسية تعاني منها المرأة السعودية مثل قضية البطالة بين السعوديات، واستغلال النساء في سوق العمل غير الرسمي، ومشكلات زواج المسيار، وارتفاع تكاليف السكن، وقضية العنوسة، والمشكلات والخلافات الأسرية، والعلاقات الحميمة بين الجنسين، وارتفاع الأسعار، والتحرش الجنسي، وهروب الفتيات، وقلة الدخل، وعدم القدرة على تلبية الاحتياجات الأساسية، فقر الإناث، وتأنيث الأسرة السعودية.

كما أغفلت موضوعات غاية في الأهمية، مثل الموضوعات التي تهدف إلى تمكين (٥) المرأة السعودية معرفياً وتساعدها على تكوين شخصية سليمة للمرأة، مثل كيفية اتخاذ القرار السليم، وأهمية تربية الضمير، وغيرها من أنماط القيم الاجتماعية، كالأمومة، والإخلاص، والعطاء ، والعقلانية، والعمل المتقن، والسعادة، والادخار. كما تتفق نتائج ورقة العمل الحالية مع الدراسات السابقة على الدور الذي يلعبه الإعلام في تكوين صورة لنوعية الحياة المأمولة. فلقد خلقت وسائل الإعلام حاجات اجتماعية جديدة من خلال الإعلانات المستفزة، وما يعرض في

٥) التمكين المعرفي هو: إمداد المرأة السعودية بنوعين من الاحتياجات المعرفية النوع الأول : وهو تكوين وبناء مفاهيم عن ذاتهن والعالم المحيط بهن ، ومعرفة طريقة التعامل مع هذا العالم سواء في شكل تدريبي أو تعليمي، وخاصة وأن العديد من الدراسات تؤكد أن ادوار المرأة في تزايد مع انحسار لدور الأب بسب المشكلات الاقتصادية الضاغطة التي دفعت الرجال إلى الانشغال بلقمة العيش.

كما أن المرأة السعودية تواجه مشاكل اجتماعية قد تكون غير مستعدة للتعامل معها بطريقة صحيحة، وتخلق مثل هذه المشكلات ضغطًا هائلاً، يتأثر خلالها جسدها وتصاب بالعديد من الأمراض الجسدية والنفسية.ولهذا فهي فى حاجة إلى دعم وتمكين معرفي

الفضائيات يشجع على الأسلوب الاستهلاكي النفعي والمادي، الذي يفوق قدرات الناس المادية والمعنوية. ما أدى بدوره إلى تغير مفهوم فكرة الرضا والقناعة والعيشة الطيبة والحلال.

كما أنّ للإعلام أثر بيّن من الناحية التربوية، فلقد كانت الأم والأب والأصدقاء والمدرسة والمسجد من أهم مصادر التطبيع الاجتماعي، ووسيلة أولى لإرشاد الأبناء للوصول إلى الحالة المرضية حول قضايا كثيرة مثل الاضطلاع بالمسؤولية، أو اتخاذ القرارات والقدرة على مواجهة المواقف الجديدة. أما اليوم ومع كل هذا الزخم الإعلامي الموجه خصيصا لاستهداف فئات بعينها ومن ضمنها الأطفال والشباب، تراجع دور الأم كثيراً وأصبح ما يعرض في وسائل الإعلام نماذج يُحتذى بها. وما يزيد الأمر صعوبة على الأم في عملية التربية والتعليم، هي عدم قدرة تمييز الأبناء بين النماذج الحقيقية والخيال، كما أنها تعانى من الآثار السلبية لهذه الوسائل الإعلامية وما ينتج عنها من الكثير من مشكلات العنف والعدوان داخل البيت وخارجه.

وقبل أن نتقدم بالأرقام والدلائل الإحصائية، علينا أن نؤكد أن المرأة السعودية ضحية تحامل عليها الإعلام، عندما تناولوا قضاياها بصورة تقليدية وعالجوها كجزء من قضايا المرأة الغربية و العربية. وقدموا لها العديد من تفسيرات ليست من وجهة نظر السعوديات أنفسهن، بل اعتمدوا على رؤى غربية لا تصلح إلا لتعكس أساليب حياة المرأة في الغرب. ويرجع ذلك إلى قلة المعلومات والبيانات عن المرأة السعودية وعن قضاياها وهذا أحد أهداف المركز.

ولعل التأمل في الأرقام التالية يوضح ما سبق بيانه:

- حيث ترى نسبة ٦٤٪ من إجمالي عينة الدراسة، أن الأعلام يشارك في زعزعة القوامة. وأجابت ٢٢٪ من النساء بأحياناً حول هذا الموضوع.١١ ٪ أكدت بأنه لا يشارك في زعزعة القوامة.

وتؤكد هذه النتيجة مدى تأثير وسائل الإعلام بدرجة كبيرة في تزيف المفاهيم الدينية، وإثارة قضايا مفتعلة، يحاول من خلالها « إخضاع الواقع لأحكامه الخاصة. كما يلعب دوراً مهما في تشكيل مفاهيم المرأة السعودية وتصورتها، وإعادة تعريف حياتها من جديد من خلال الدين.

- ويتفق التفسير السابق مع البند الخاص بدور الإعلام في تميع بعض النواهي الدينية، كالعلاقة بين الزوجين، حيث أجابت ٧١ ٪من المبحوثات على أن الإعلام يميع بعض النواهي الدينية، كالعلاقة بين الزوجيين، بينما ٢٠ ٪بالرفض القاطع، و٢٨٪ بأحياناً. كما يتفق معها أيضاً البند الخاص بأثر الإعلام في تغيير معايير التربية الإسلامية حيث أشارت ٦١٪ بالموافقة، ٦.٥ ٪ بالرفض وعدم التأثير أما ٣٠٪ فأجاب بأحياناً.
- وتشير نسبة ٥٩ ٪من المبحوثات أن الإعلام يسهم في حل المشكلات العائلية والاجتماعية بأحيانا، بينما ١٥٪ بالرفض، و٢٦٪ بنعم. كما تقترب تلك النتيجة مع البند الخاص بتشجيع الإعلام على تبني أسلوب الندية في القرارات الأسرية كحق مشروع حيث أشارت ٥٠٪ بنعم، ٣٣٪ بأحياناً، ١٧٪ بلا.

وتؤكد هذه النتيجة ارتفاع المؤشر السلبي للغالبية من النساء حول معالجة وسائل الإعلام لقضايا المرأة الزوجية، حيث أنها لا تقدم معلومات متعمقة للمشكلات والقضايا التي تهمها، مما يعنى أن معالجة وسائل الإعلام لهذا الموضوع ليس قوياً، وإغفاله لتقديم تفسيرات وتحليلات مهمة لقضايا هي في حاجة ماسة إليها.

- ترى نسبة ٤٩٪ أن الإعلام يؤثر في معايير اختيار الأصدقاء ، ٢٨ ٪أحياناً، بينما ترى الرفض نسبة هامشية بلغت ٢٠٪. وتؤكد هذه النتيجة أن وسائل الإعلام تُعتبر وسيطاً بين دوافعنا الفطرية للعيش مع الآخرين، واختياراتنا ومقتضيات الثقافة بكل ما تضمنه من قيم ومعايير، كما أن تلك المعايير تمثل بالنسبة للنساء إطاراً مرجعياً تعيد على ضوءه المرأة السعودية النظر في خبراتها واختياراتها الخاصة.
- ترى نسبة حوالي ٥٥٪ أن الإعلام يعمل على إقصاء العادات والتقاليد، والتقليل من قيمتها، ٣٥٪أحياناً، ٦٪ لا. وفى ضوء ذلك يمكننا أن نقول بأن الاتجاه العام حول تلك القضية حاد في درجة سلبيته. ونفس النتيجة توصّلنا لها خلال تحليل الجدول الخاص «بأثر الإعلام في النواحي الفكرية والأخلاقية».

-حيث أكد ٦٢٪ بأن الإعلام لديه القدرة على تهميش معايير العفة والفضيلة كمبدأ راسخ، ونسبة تهميشية بمعدل ٥,٨ ٪يقر بـ لا، و٢٤٪ ترى انه أحيانا يحدث ذلك.

- كما أكدت نسبة ٥٨٪ على أن الإعلام يعمل عل قلب المفهوم العقدي للولاء والبراء، ونسبة ضئيلة تقول بـلا تُقدّر بـ ١١ ٪، ٢٤٪ أحياناً. كما تشير نسبة ٥٣٪ من العينة بالإيجاب حول الدور الذي يلعبه الإعلام في إضعاف أهمية إنشاء الأسرة الكبيرة، وأشارت ٢٦٪ بأحيانا، ١٩٪ بتصويتهم بأنه لا يضعف من إنشاء الأسرة الكبيرة.وكذلك أشار البند الخاص بأثر الأعلام من أمر بعض النواهي التربوية الدينية، كعقوق الوالدين حيث أشارت ٥٠٪ بنعم، ٣٣ ٪ بأحياناً، ١٧٪ بلا.

وتؤكد النتيجة السابقة أن للإعلام تأثير قوى على العادات وأنماط السلوك، حيث يسير في اتجاه فك الترابط، والمشاركة في العلاقات الاجتماعية، ويشير جيمس جاربارينو إلى «أن التلفزيون له تأثير معطل في التفاعل ومن ثم في النمو الإنساني».

الإعلام وثقافة الاستهلاك:

تتفق نتائج الدراسة الحالية مع غيرها من الدراسات التي تؤكد على الدور الذي يلعبه الإعلام، في تشكيل ثقافة الاستهلاك وخاصة المرأة وتوجيه تفكيرها نحو السلع المعلن عنها. فالإعلانات عادة ما تكون مصحوبة بإغراءات من أجل الإقدام على الاستهلاك.

حيث تشير نتائج الدراسة الحالية، أن ٤٩٪ من إجمالي عينة الدراسة، يوافق على أن الإعلام يؤثر على مستوى الاستهلاك الأسري، بينما اعترض ١٣٪، وأجاب ٣١٪ بأحياناً.

وتشير بيانات الجدول السابق، إلى أن نسبة ٤٠٪ من إجمالي عينة الدراسة أكدت أنه أحياناً يعمل الإعلام على تقليل فرص الترشيد الاقتصادي، وهذا منطقي فهي تزرع قيم الاستهلاك المظهري كوسيلة من وسائل التمايز والتفاخر الاجتماعي، وأشارت نسبة ٣٦٪ بالإيجاب حيث أكدت أن الإعلام يؤدى دوراً يشجع على الترشيد والاستهلاك، وخاصة الموجه من دول مجلس التعاون الخليجي ، التي تنادي وتشجع المرأة وأفراد الأسرة جميعاً على ترشيد المياه والكهرباء، ١٦٪ ترى عكس ذلك.

ويؤكد هذا على أهمية الدور الذي يلعبه الإعلام في تذكير المرأة بعملية الإرشاد، وخاصة نحو القضايا الحيوية مثل الماء والكهرباء.

ولقد أشارت ٤٠٪ من المبحوثات بنعم حول الإعلام ومسئوليته الأولى عن صناعة الشخصية الاستهلاكية، وأجابت ٢١ ٪ بالرفض، و٣١٪ بالإيجاب.

مقترحات النساء حول تفعيل وسائل الأعلام

قام المركز باستطلاع آراء النساء ومقترحاتهن حول تفعيل دور وسائل الإعلام لمعالجة قضاياهن، ومعرفة أفضل السبل لتفعيل وسائل الإعلام المختلفة، نحو معالجة أفضل لقضاياهن التي تواجههن، ولقد أشارت الغالبية العظمى من النساء بالآتي:

١. ترك مساحة كافية للنساء لتمكينهن من التعبير عن توجهاتهن وقضاياهن دون خطر.
٢. زيادة المواد والبرامج الثقافية والدينية التي تهم النساء.
٣. التوسع في برامج الحوارات والمناقشات.
٤. طرح النماذج الإيجابية الناجحة من النساء.

الخلاصة

١. أكثر قضايا المرأة السعودية التي حظيت بالتغطية الإعلامية هي القضايا الدينية، ويعكس التحليل أن معظم المعالجات اهتمت بالقضايا الدينية الخلافية المتعلقة بالمرأة، من أجل تشويه الواقع وتجزئته، والهروب من المشكلات الحقيقية والجوهرية التي تهم المرأة السعودية.
٢. لقد أصبح الإعلام وسيلة مهمة وخطيرة للتوجيه و للمعرفة لكثير من النساء، وبخاصة تلك المتعلقة بنمط الحياة، وتشكيل دائرة العلاقات الاجتماعية، فهي تلعب دورا كبيراً في توجيه التفاعل بين المرأة السعودية

وبين الآخرين، سواء أكان ذلك بشكل ايجابي أو بشكل سلبي. كما يمثل الإعلام مكوناً أساسياً في بنية الوعي الاجتماعي، حيث يؤثر في سلوك المرأة السعودية ويوجه علاقتها الاجتماعية، وتنظيم حياتها من خلال صياغات قضايا وآراء وأفكار ومعتقدات يفصح عنها بوسائل مختلفة.

٣. تفتقد وسائل الإعلام الموجهة للمرأة السعودية، لطرح حلول عملية لمشكلاتها وقضاياها التي تشغل تفكيرها.

٤. تعتبر وسائل الإعلام المرآة التي تعيد على ضوئها المرأة السعودية النظر في خبراتها الخاصة.كما أنها مصدر مهم من مصادر التطبيع الاجتماعي. كما أنها تساعدها على تعلم المهارات الاجتماعية الضرورية لحياتها الآنية والمستقبلية، من خلال تعليمها المعارف والمعايير الضرورية للتعامل مع الآخر، سواء كان صديقاً أو زوجاً، أو مع المجتمع ككل. خاصة أن وسائل الإعلام تجمع ين غزارة المعرفة ومهارة تقديم تلك المعرفة.

لذلك تقع على عاتق وسائل الإعلام ،تنمية المعايير والمدارك التي تؤمن بها النساء، من خلال غرس القيم والمعايير الخاصة بالسلوك الاجتماعي.

٥. تشير نتائج الدراسة إلى وجود فجوة نسبية بين أجندة اهتمام وسائل الإعلام وأجندة اهتمامات المرأة.

والحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات